

ИП

РЕШЕНИЕ

по делу № 068/05/21-508/2022 о нарушении законодательства

Российской Федерации о рекламе

Резолютивная часть решения объявлена 5 октября 2022 года.

Решение изготовлено в полном объеме 19 октября 2022 года.

г. Тамбов

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя - начальник отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мурзин К.И.,

члены Комиссии – главный специалист-эксперт отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Заботнова Т.В., ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти Козлова Е.А.,

рассмотрев дело № 068/05/21-508/2022 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы алкогольной продукции, содержащей образ человека с использованием средства стабильного территориального размещения,

в присутствии ИП,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области установлено, что в июне 2022 года по адресу: <...>. на фасаде здания и при входе в магазин «<...>» размещаются рекламные конструкции с информацией следующего содержания: «Сеть магазинов и баров разливных напитков. <...>.. Вступай в гильдию. Акции. Конкурсы. Всегда свежайшее пенное, разливные напитки и вкуснейшее разнообразие закусок! Ждем Вас ежедневно с 10:00 до 01:00» с изображением мужчины с бокалом пенного напитка.

Хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность в магазине «<...>», является ИП (ИНН: <...>).

06.10.2022 в отношении ИП <...>.. возбуждено дело № 068/05/21-508/2022 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

ИП <...>. в письменных пояснениях от 29.09.2022 (вх. от 29.09.2022 № 1871/22) сообщил, что в рассматриваемой рекламе не использовались слова, связанные с пивом, пенным напитком может быть, например, квас. Документов об изготовлении и распространении рекламы представить нет возможности по причине их отсутствия. Макеты рекламы взяты из открытых источников сети Интернет.

Изучив материалы и представленные доказательства, выслушав пояснения лица, участвующего в деле, Комиссия Тамбовского УФАС России пришла к следующим выводам.

С июня 2019 года по настоящее время на фасаде здания по адресу: <...>. на фасаде здания и при входе в магазин «<...>» размещаются рекламные конструкции с информацией следующего содержания: «Сеть магазинов и баров разливных напитков. <...>. Вступай в гильдию. Акции. Конкурсы. Всегда свежайшее пенное, разливные напитки и вкуснейшее разнообразие закусок! Ждем Вас ежедневно с 10:00 до 01:00» с изображением мужчины с бокалом пенного напитка.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация распространялась для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение и поддержание внимания к товарам, реализуемым магазином «<...>» (пива), а также к самому магазину с целью продвижения его на рынке. Таким образом, указанная информация отвечает признакам рекламы и является рекламной.

22.07.2022 на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Тамбовском УФАС России члены Экспертного совета выразили мнение, что реклама магазина «<...>» в наружном оформлении которого изображен образ мужчины с бокалом пенного напитка, воспринимается как реклама торговой точки по продаже пива.

Согласно выписке из ЕГРИП основным видом деятельности индивидуального предпринимателя ИП торговля розничная пивом в специализированных магазинах.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, относятся к алкогольной продукции.

В силу статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" алкогольная продукция - это пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем,

установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно письму ФАС России N АК/76734/18 от 24.09.2018 г. "О применении статьи 21 Федерального закона "О рекламе", если распространяется реклама продавца (производителя) алкогольной продукции, в которой отсутствует указание на средства индивидуализации продукции (товарные знаки), используемые для обозначения алкогольной продукции, однако, указываются на сведения, формирующие интерес к алкогольной продукции, как напитку, такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Закона о рекламе.

Статьей 21 Закона о рекламе установлены специальные требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Поскольку рассматриваемые рекламная конструкция с рекламой алкогольной продукции – пива стационарно размещены снаружи на стене занимаемого магазином помещения, данная реклама нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В рекламе присутствует визуальный образ - изображение мужчины, держащего в руках бокал с пенным напитком, следовательно, данная рекламная конструкция размещается в нарушение пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе содержатся признаки нарушения пункта 5 части 2, пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно статье 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 Федерального Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель, за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

ИП в письменных пояснениях от 29.09.2022 (вх. от 29.09.2022 № 1871/22) сообщил, что в рассматриваемой рекламе не использовались слова, связанные с пивом, пенным напитком может быть, например, квас.

Данный довод Комиссией отклоняется по следующей причине.

В соответствии с пунктом 27 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58

оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Согласно пункту 13.1 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

Вышеуказанное изображение, содержит образ мужчины, держащего в руке кружку, наполненную напитком с пенной шапкой, присущей пиву. Под кружками расположено изображение рыбы. В рекламе употребляется словосочетание «...свежайшее пенное», что указывает на то, что речь идет о существительном среднего рода, что не соответствует квасу, но соответствует пиву.

Кроме того, в оформлении применены такие фразы как «Сеть магазинов и баров», «разнообразии закусок». Что также способствует восприятию данной рекламы в качестве рекламы алкогольной продукции (пива) и торговой точки по реализации данной продукции. Также, в рекламе указано: «У нас вы можете приобрести свежее и вкусное пенное, квас, лимонад, рыбку, снеки и другие продукты».

Таким образом, квас перечислен наряду с «пенным», что прямо указывает на то, что это разные напитки.

На рассмотрении дела 05.10.2022 ИП сообщил, что рекламный материал был размещен работниками франшизы «<...>». Информация о лице, разработавшем макет рассматриваемой рекламы у предпринимателя отсутствует. В иных местах ИП рекламу не распространяет.

При этом, доказательств (договор, акт выполненных работ и т. д.) предприниматель не представил.

Таким образом, ИП является и рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Сведений о прекращении нарушения в материалах дела нет.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 42-51 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Сеть магазинов и баров разливных напитков. <...>. Вступай в гильдию. Акции. Конкурсы. Всегда свежайшее пенное, разливные напитки и вкуснейшее разнообразие закусок! Ждем Вас ежедневно с 10:00 до 01:00» с изображением мужчины с бокалом пенного напитка, размещающуюся по адресу: <...>. в период с июня 2019 года по

настоящее время, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тамбовского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев.

Председатель Комиссии К.И. Мурзин

Члены Комиссии Т.В. Заботнова

Е.Л. Козлова

Исп. Елизарова М.С., 8(4752) 72-93-54